

Myten om svarprocent som validitetsindikator i spørgeskemaundersøgelser

Med henblik på at opnå tilstrækkelig validitet i spørgeskemaundersøgelser, skal svarprocenten være minimum 60. Sådan fremgår det af forudsætningerne for publicering i det amerikanske tidsskrift *Journal of the American Medical Association (JAMA)*¹. JAMA er ikke alene om at sætte lighedstegn mellem høj svarprocent og høj validitet, når kvaliteten af spørgeskemaundersøgelser skal vurderes. Lignende krav til svarprocent har generel udbredelse. Det er de færreste, der har gennemgået den videnskabelige litteratur med henblik på at afklare, om den videnskabelige evidens understøtter de høje krav til svarprocent i spørgeskemaundersøgelser. Minimumsgrænseværdierne for svarprocenter i spørgeskemaundersøgelser synes at hvile på uformel konsensus. En konsensus som ingen opbakning finder i den videnskabelige litteratur².

Umiddelbart synes det besnærende at antage, at vi ikke kan udtale os om en population, hvis en meget stor del af vores populationsstikprøve ikke har svaret på spørgeskemaet.

Skal denne validitetsmæssige kritik af spørgeskemaundersøgelser med en lav svarprocent holde stik, er den logiske konsekvens: Jo sværere personerne i stikprøven er at få til at svare, desto mere afviger deres holdninger fra gennemsnittet. Som minimum må antagelsen være, at man ikke kan være sikker på, at man ved en lav svarprocent risikerer forbigå nogle grupper, som både er svære at få fat i, og som har holdninger, der afviger fra gennemsnittet. Dette er en myte.^{3 4 5}

For langt de fleste personer i en stikprøve skal valget om, hvorvidt man ønsker at deltage i spørgeskemaundersøgelsen eller ej, betragtes som et udslag af tilfældighed⁶. For at forstå hvorfor, kan du overveje, hvad der er udslagsgivende for, hvorvidt du selv vælger at besvare en spørgeskemaundersøgelse eller ej. Er det fordi du har nogle afvigende eller ekstreme holdninger til emnet, eller er det, fordi du enten lige kommer fra det, er ude at rejse, eller måske bare ikke lige kan overskue det?

Ud fra denne tankegang skal besvarelser på spørgeskemaundersøgelser betragtes som en stikprøve i stikprøven: Svarene er generelt repræsentative, men omfatter kun en delmængde af personerne i stikprøven. Denne situation er præcis, som når der tages en stikprøve fra befolkningen. Her bliver det altså i højere grad et spørgsmål om at have et tilstrækkeligt antal besvarelser end en høj svarprocent.

I nogle tilfælde kan der være en målgruppe som både er svær at nå, og har stor betydning for resultaterne. Dette vil som regel altid forekomme i relativt ubetydelig grad, uafhængigt af svarprocenten, fx i forhold til aldersgrupper m.m. En udfordring, der som regel kan kompenseres for ved hjælp af vægtning.

I andre tilfælde kan en lav svarprocent føre til alvorlige validitetsproblemer. Det kan eksempelvis være i en spørgeskemaundersøgelse om rusmidler: Personer med et svært stofmisbrug benytter flere rusmidler i større mængder end personer med et rekreativt forbrug.

Hæves svarprocenten i sådan en spørgeskemaundersøgelse fra fx 40 til 60, vil gruppen af svære stofmisbrugere formentlig fortsat ikke være blandt respondenterne, fx fordi de bor på gaden eller er for påvirkede til at tjekke deres digitale postkasse. Her vil en forøgelse af svarprocenten ingen reel effekt have på validiteten af undersøgelsen. Forsøges svarprocenten alligevel højnet i sådan en undersøgelse, vil det være forbundet med eksponentielt tiltagende omkostninger, men uden validitetsgevinster af reel betydning.

Nøje overvejelser om sammenhængen mellem emne for spørgeskemaet og tilbøjeligheden til at svare bør erstatte fokus på svarprocenten i vurderingen af undersøgelsens validitet.

Handler spørgeskemaet om rusmidler, er det relevant at frygte en sammenhæng mellem svarprocent og validitet. Handler spørgeskemaet om tilfredshed med sundhedsvæsenet, er der betydeligt mindre grund til at frygte, at de personer, som ikke svarer, undlader, på grund af stærkt divergerende holdninger.

Til at understøtte den teoretiske vurdering af sammenhængen mellem svarprocent og validitet vil det som oftest være fordelagtigt at foretage frafaldsanalyser i henhold til centrale baggrundsvariable. Dette kan fx være alder, etnicitet, geografi samt forhold, der har en mere specifik relevans for spørgeskemaets fokus (fx diagnosegrupper for spørgeskemaundersøgelser blandt patienter i sundhedsvæsenet).

Derudover findes der mere avancerede metoder, hvor forskellige former for dataimputation anvendes i estimeringen af validitet⁷

Minimumskrav til svarprocenten er under alle omstændigheder arbitrære. Der er intet videnskabeligt belæg for at antage, at en forhøjelse af svarprocenten fra fx 30 til 50 vil ændre en spørgeskemaundersøgelses resultater fra at være ubrugelige til at være valide.⁸

¹ <https://jamanetwork.com/journals/jama/pages/instructions-for-authors#GeneralInformation>

² Hendra, Richard & Aaron Hill (2019). Rethinking Response Rates: New Evidence of Little Relationship Between Survey Response Rates and Nonresponse Bias *Evaluation Review*, vol. 43(5) pp. 307-330.

³ Groves, R. M., & Peytcheva, E. (2008). The impact of nonresponse rates on nonresponse bias a meta-analysis. *Public Opinion Quarterly*, vol. 72, pp. 167-189.

⁴ Hendra, Richard & Aaron Hill (2019). Rethinking Response Rates: New Evidence of Little Relationship Between Survey Response Rates and Nonresponse Bias *Evaluation Review*, vol. 43(5) pp. 307-330.

⁵ Davern, M. (2013). Nonresponse rates are a problematic indicator of nonresponse bias in survey research. *Health Services Research*, vol. 48, pp. 905-912.

⁶ Groves, Robert M. (2006). Nonresponse Rates and Nonresponse Bias in Household Surveys. *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 70, No. 5 pp. 646-675.

⁷ Yajuan Si, Roderick J. A. Little, Ya Mo, Nell Sedransk (2022) "A Case Study of Nonresponse Bias Analysis In Educational Assessment Surveys"

⁸ Hendra, Richard & Aaron Hill (2019). Rethinking Response Rates: New Evidence of Little Relationship Between Survey Response Rates and Nonresponse Bias *Evaluation Review*, vol. 43(5) pp. 307-330.

Yderligere litteratur:

Brick, J. M., Dipko, S., Presser, S., Tucker, C., & Yuan, Y. (2006). Nonresponse bias in a dual frame sample of cell and landline numbers. *Public Opinion Quarterly*, vol. 70, pp. 780-793.

Coon Jaime J., Carena J. van Riper, Lois Wright Morton & James R. Miller (2020) Evaluating Nonresponse Bias in Survey Research Conducted in the Rural Midwest. *Society & Natural Resources*, vol. 33:8, pp. 968-986

Curtin, R., Presser, S., & Singer, E. (2000). The effects of response rate changes on the index of consumer sentiment. *Public Opinion Quarterly*, vol. 64, pp. 413-428.

Davern, M. (2013). Nonresponse rates are a problematic indicator of nonresponse bias in survey research. *Health Services Research*, vol. 48, pp. 905-912.

Hendra, Richard & Aaron Hill (2019). Rethinking Response Rates: New Evidence of Little Relationship Between Survey Response Rates and Nonresponse Bias. *Evaluation Review*, vol. 43(5) pp. 307-330.

Gordon, N. (2002). A question of response rate. *Science*, vol. 25, pp. 25.

Groves, Robert M. (2006). Nonresponse Rates and Nonresponse Bias in Household Surveys. *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 70, No. 5 pp. 646-675.

Groves, Robert M., Floyd J. Fowler, Mick P. Couper, James M. Lepkowski, Eleanor Singer, & Roger Tourangeau (2004). *Survey Methodology*. Wiley-Interscience, 1. udgave.

Groves, R. M., & Peytcheva, E. (2008). The impact of nonresponse rates on nonresponse bias a meta-analysis. *Public Opinion Quarterly*, vol. 72, pp. 167-189.

Kohut, A., Keeter, S., Doherty, C., Dimock, M., & Christian, L. (2012). *Assessing the representativeness of public opinion surveys*. Pew Research Center.

Kohut, A., Doherty, C., & Keeter, S. (2004). *Polls face growing resistance, but still representative*. Pew Center for Research on People and the Press.

Lepkowski, James M., Clyde Tucker, J. Michael Brick, Lilli Japac, Paul J. Lavrakas, Michael W. Link, Roberta L. Sangster (2008). *Advances in Telephone Survey Methodology*. Wiley-Interscience, 1. udgave.

Tucker, C., & Lepkowski, J. M. (2008). Telephone survey methods: Adapting to change. *Advances in Telephone Survey Methodology*, vol. 10, pp. 1-26.